

Hintergründe

- Nachqualifizierung von „verlorenen Leads“
 - 28% entscheiden sich Wettbewerber
 - 10 % wegen des Preises, da EKD laut Lead zu teuer

Erneute Kontaktaufnahme gewünscht	Anzahl Leads	Gesamt
Verlustgrund		%
Angebot zu teuer	729	9,72%
Mitbewerber Angebot angenommen	1468	19,57%
Kunde hat noch keine Entscheidung getroffen	350	4,67%
Kunde zu alt	145	1,93%
Schlechte Reputation (Internetbewertungen)	35	0,47%
Unzufrieden mit Fachberater	64	0,85%
Nicht wirtschaftlich laut Kunde	347	4,63%
Kunde wollte sich nur informieren	66	0,88%
Keine Finanzierung bekommen	48	0,64%
Gesamt	7500	100,00%

- **Steigerung der Abschlussquote durch Erweiterung des Produktportfolios**
- **Wichtig: Kernprodukt der EKD bleibt Energiekonzepte.Paket mit AMPERE Speicher + Modul**